

# AZ ÍR BETEG



SZERZŐ: **BÓHM KORNÉL** | KOMMUNIKÁCIÓS TANÁCSADÓ |  
AZ MPRSZ KRÍZISKOMMUNIKÁCIÓS TAGOZATÁNAK ELNÖKE  
E-MAIL: BOHM@SPINDOC.HU

**Roppant sok mindent el lehet mondani a Ryanair légitársaságról, de azt semmiképp sem, hogy él-hal az utasok kegyeiért. Az ír vállalatot vezető üzleti fenegyerek, Michael O'Leary sportot űz abból, hogy az utazóközönséget froclizza. Lehet, hogy csak a határok tágitására játszik, és az is lehet, hogy azt az üzenetet akarja erősíteni: a Ryanair annyival olcsóbb más légitársaságoknál, hogy még ezt is le kell nyelnie annak, aki spórolni akar. (A harmadik opció: egy arrogáns bugris.)**

A vezér képtelen megszólalásaival tele van a net, hol leidi-ótazza az utast, aki azon pufog, hogy 300 eurót kértek tőle a helyszíni nyomtatásért, hol meg azt prognosztizálja, hogy állóhelyeket is értékesíteni fognak a repülőkön. Felvetette, hogy a vécék helyére is inkább üléseket kellene tenni, hogy több eladható hely legyen. Elgondolkodott már a fizetős pornószolgáltatás elérhetővé tételén, illetve azon, hogy a görög úti célokra tartók hegyi kecskében is fizethetnek. Rendszeresen ócsárolja, gúnyolja a riválisokat, nem kíméli az olcsó jegyre ácsingózó utasokat, sőt, már saját munkavállalóit sem. Ez utóbbi azonban most ténylegesen bonyolult helyzetbe hozta a céget, amit már nem lehet csupán hözöngő kommunikációval megoldani, csillapítani.

## MEGSARCOLT UTASOK, KIZSIGERELT DOLGOZÓK

A diszkontlégitársaság úgy működhet az árak alacsonyan tartása mellett is jelentős profittal, ha minden „extráért” megsarcolja az utasokat, és ezzel párhuzamosan extrém alacsony szinten tudja tartani kiadásait, aminek a személyzet kizsigerelése is része. Ebből lett most elege a légiszemélyzetnek, amely kapitányostul és légiutas-kísérőstül tömegesen elkezdte kivenni az eddig bent ragadt szabadságait. (Egy adminisztrációs váltás miatt féltek attól, hogy ezek végleg elvesznek.) Ide tartozik, hogy egy precedensértékű munkavállalói per is kedvezőtlenül alakult az ír légitársaság számára: az ügyben hozott döntés kimondta, hogy a belga munkavállalók panaszairól belga és nem ír bíróságnak kell hogy döntenie, ami kellemetlen jogi következményekkel járhat a munkaadó számára.

A személyzethiányt sem fenyegetéssel, sem bónuszok felajánlásával nem tudta orvosolni a cég, ezért drasztikus döntést hoztak O'Learyék: hat héten keresztül napi negyven-ötven járatot töröltek, sok százezer utasnak okozva nem kis bosszúságot, saját maguknak pedig számottevő veszteséget. A hivatalos indoklás szerint a nagy horderejű lépés-

sel a járatkésések arányán szeretnének változtatni, mert az utóbbi időben már 80 százalék alá süllyedt a pontos érkezések, illetve indulások aránya – magyarán minden ötödik gép a megadott időpontnál később szállt fel, illetve le.

Látható, hogy a Ryanair minden olyannal szembemegy, amit egy tanácsadó javasolna nekik akár a brandépítés, akár a kríziskommunikáció terén. Szidja az utasokat, egyre kényelmetlenebb helyzetet hoz létre számukra, amin extradíjas szolgáltatásokkal enyhíthetnek, a járatok négyötöde képtelen tartani a menetrendet, gúnyolódik azon, hogy az utasok jól akarnak járni az utazás árával. Nem tiszteli a munkavállalóit, de nemcsak kommunikációs fronton, hanem a munkavállalói körülmények megteremtésében sem, túlterheli, kizsigereli a dolgozókat, ujjat húz valamennyi lehetséges riválisával, harcol a reptéri személyzettel – eközben pedig sikeres, nyereséges vállalatbirodalmat tart fenn.

## FESZÜL VAGY SZAKAD?

Mindazonáltal lehet, hogy a mostani járatörölések kicsapják a biztosítékot több százezer utasnál, különösen azoknál, akik sok napra ragadtak olyan helyszíneken, ahonnan egybéként a visszaútra is volt érvényes jegyük. Nem egyértelmű, hogy a társaság hitele úgy is megmarad-e, ha már a konkrét vállalatot, az A pontból B pontba való eljuttatást sem tudja vagy akarja biztosítani, ráadásul olyan fedőtörténettel, hogy mindez a szolgáltatás javítása, a pontosság visszaállítása érdekében történik. A póruł járt utasoknak 40 eurós vouchert ajánlanak fel kompenzálásként, amit – elvileg – más Ryanair-járatokra fordíthatnak, ha lesz még ehhez kedvük.

A mostani blamázs az eddigieknél kétségtelenül súlyosabbnak látszik, és minden bizonnyal szükség lesz, szükség lenne az eddigieknél átütőbb vagy komolyabban vett kríziskommunikációra is. Hogy ezt hagyományos eszközökkel és üzenetekkel érik-e el, vagy e téren is formabontó megoldást alkalmaznak, az idő megválaszolja. Mint ahogy azt is, hogy



hosszan tartó sebet üt-e a cég reputációján a járatörölési dömping.

Pozitív példa azonban mindig akad, és szükséges is megtalálni a párhuzamokat, ha a jövő számára építkezünk a hírnévmenedzsmentben. 2007-ben járunk, épp Valentin-napon – a hóvihár csak nem akar csendesülni New York JFK repülőterén. Minden előrejelzés szerint a havazásnak már régen esővé kellett volna alakulnia, így a JetBlue fapados légitársaság rendületlenül végzi a gépek feltöltését, zajlik a boarding – a hó azonban kitartó, nem kapnak felszállási engedélyt a repülőök.

**Ha már krízisbe kerül egy márka vagy egy szervezet, legalább próbálja meg kihozni belőle a maximumot. Ahogy Churchill mondta: ne engedjük, hogy egy jó kis krízis pocskba menjen.**

## LEHET MÁSKÉPP

Az ekkor még mindössze hét éve működő JetBlue rendkívüli népszerűsége többek között annak volt köszönhető, hogy presztízkérdést csinált abból, sosem töröl járatokat. A szóban forgó gépeken azonban már hat órája ücsörögnek a tehetetlen utasok. A JetBlue végül beadja a derekát, és mintegy 131 ezer utas életét megnehezítve elkezdik törölni a járatokat. Összesen 156-ot. Ezt ugyanakkor már nem bírja kezelni a foglalási rendszer, és mintegy hat nap kell ahhoz, hogy visszaálljon az eltervezett menetrend – a Valentin-napi tervek pedig füstbe szálltak sok szerelmes pár számára.

A JetBlue válságkezelését azóta is tanítják a kríziskommunikációs szakértők; első helyen is azt, hogy a társaság alapító-tulajdonosa, David Neeleman rendületlenül járta az élő adásokat, esti show-műsorokat, reggeli riportműsorokat, folyamatosan kommunikált a YouTube-on és a közösségi

médiában. A póruł járt utasok nemcsak teljes visszatérítést, de ingyenyjegyet is kaptak egy-egy JetBlue-járatra, a társaság pedig egy héten belül előrukkolt egy új szabályzattal, az Utasjogok jegyzékével, amely szigorúan előírja a társaság számára, milyen kötelezettségeket kell vállalnia az utasokkal szemben, például ezerdolláros kompenzációt is kilátásba helyez, ha valakinek nem jut ülőhely az érvényes jegye ellenére. Azt talán említeni sem kell, hogy Neeleman mindenkit őszintén megkövetett a kellemetlenségek miatt. Történt azonban más érdekesség is. A cég munkavállalói döbbenetes lojalitásukról tettek tanúbizonyságot. Tettrekészségükkel folyamatosan „zaklatták” a menedzsmentet, pilóták, légiutas-kísérők e-maileket, SMS-eket küldözgettek azzal, hogy rendelkezésre állnak, miben segíthetnek. A JetBlue által ebből levont tanulság az volt, hogy nem állt rendelkezésre olyan rendszer, amely a személyzet hollétét egy helyen kezelte volna, nem tudtak semmilyen érdemi feladatot adni a segíteni akaró, empátikus dolgozóknak. Így aztán Neelemanék egyik első dolga az volt, hogy kiépítettek egy olyan informatikai hálózatot, amely összefogta a tenni kész munkavállalókat, s egyúttal olyan keresztirányú tréningeket is bevezettek, amelyek a kollégák számára a saját munkakörétől eltérő szituációkban is segített elsajátítani a tennivalókat. Közel ezer munkatárs részesült képzésben ilyen céllal.

A JetBlue a foglalási rendszer csődjéből is levonta a tanulságokat, és azonnal elkezdett párhuzamos rendszereket kifejleszteni, illetve hozzálátott összehangolni a foglalási informatikát más utazási szolgáltatók rendszereivel. David Neeleman szerint a JetBlue sokkal jobb légitársasággá vált az elszünetelt krízis hatására.

Ez ugyanis a fő cél: ha már krízisbe kerül egy márka vagy egy szervezet, legalább próbálja meg kihozni belőle a maximumot. Ahogy Churchill mondta: ne engedjük, hogy egy jó kis krízis pocskba menjen. Ehhez azonban bölcsen le kell vonni a tanulságokat, és az új tudást be kell építeni a szervezeti folyamatokba. Érdemes lesz megfigyelni az arrogánsan kommunikáló Ryanair lépéseit és megközelítését: tanulnak-e a krízisből, vagy még ezek után is nekik áll majd följobb...